

WEST☐ **Generate Collection** **Print**

L1: Entry 245 of 774

File: JPAB

Mar 9, 1999

PUB-NO: JP411066152A
DOCUMENT-IDENTIFIER: JP 11066152 A
TITLE: MERCHANDISE DISTRIBUTION SYSTEM

PUBN-DATE: March 9, 1999

INVENTOR-INFORMATION:

NAME

COUNTRY

TAKAHASHI, SEIJI

ASSIGNEE-INFORMATION:

NAME

COUNTRY

KK ASUTARITSUKU

APPL-NO: JP09230269

APPL-DATE: August 12, 1997

INT-CL (IPC): G06 F 17/60

ABSTRACT:

PROBLEM TO BE SOLVED: To provide a merchandise distribution system which is effective in planning sales strategy by two-way information transmission between merchandise supply sources and consumers as to campaign items.

SOLUTION: In this system, object campaign items stuck with labels 6 on which the URL of the Internet and individual ID numbers are printed are supplied to a merchandize distribution market from a supply source 1. A consumer 2 purchases a campaign item and sends the ID number of the item and individual information to the Internet homepage of the item supply source 1 through a communication means 5 such as his or her computer device 3 and an intermediate operation body 4 stores the ID number and individual information sent from the consumer 2 through the communication means 5. The stored individual information is provided as marketing information to the supply source. Win/loss information regarding the merchandise is sent to the computer device 3 or the like of the consumer 2 by referring to the stored ID number.

COPYRIGHT: (C)1999,JPO

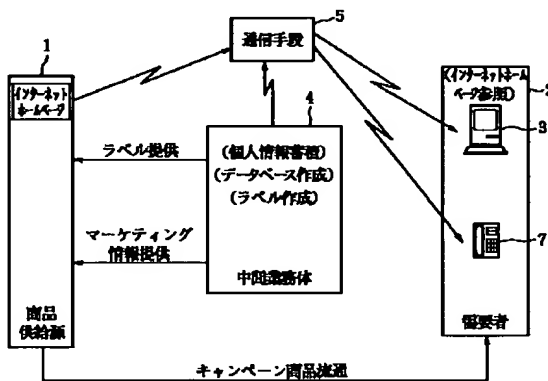
(11)特許出願公開番号

(43)公開日 平成11年(1999)3月9日

G O 6 F 15/21

審査請求 未請求 請求項の数2 FD (全 5 頁)

(74) 代理人 弁理士 下山 富士男



【特許請求の範囲】

【請求項1】キャンペーン商品等の任意の商品を提供するとともにインターネットホームページを開設した商品供給源と、この商品供給源から商品を購入し、且つ、コンピュータ装置を有する需要者と、前記商品供給源と需要者との間に介在する中間業務体と、前記商品供給源、中間業務体及び需要者の間を結ぶ通信手段とが存在する商品流通システムであって、

前記商品供給源は、販売対象のキャンペーン商品にインターネットのURL及び個々のID番号を印刷した添付媒体を付して商品流通市場に投入し、

前記需要者は商品流通市場を流通する前記キャンペーン商品を購入して前記コンピュータ装置から通信手段を介して商品供給源のインターネットホームページに当該商品のID番号及び個人情報を送ることで前記キャンペーン商品の販売に参画し、

前記中間業務体は、インターネットのURL及び個々のID番号を印刷した添付媒体を前記商品供給源に供給するとともに個々のID番号を記憶保存し、前記需要者から通信手段を介して送られるID番号及び個人情報を蓄積し、蓄積した個人情報をマーケティング情報として商品供給源に提供するとともに、記憶保存したID番号を参照することで需要者のコンピュータ装置に前記商品に関する当選の有無を送信すること、を特徴とする商品流通システム。

【請求項2】キャンペーン商品等の任意の商品を提供する商品供給源と、この商品供給源から商品を購入する需要者と、前記商品供給源と需要者との間に介在する中間業務体と、前記商品供給源、中間業務体及び需要者の間を結ぶ電話等の音声による通信手段とが存在する商品流通システムであって、

前記商品供給源は、販売対象の商品にインターネットのURL及び個々のID番号を印刷した添付媒体を付して商品流通市場に投入し、

前記需要者は商品流通市場を流通する前記キャンペーン商品を購入して電話等の音声による通信手段を介して当該商品のID番号及び個人情報を送信することで前記キャンペーン商品の販売に参画し、

前記中間業務体は、インターネットのURL及び個々のID番号を印刷した添付媒体を前記商品供給源に供給するとともに個々のID番号を記憶保存し、前記需要者から電話等の音声による通信手段を介して送られるID番号及び個人情報を蓄積し、蓄積した個人情報をマーケティング情報として商品供給源に提供するとともに、記憶保存したID番号を参照することで需要者に前記キャンペーン商品に関する当選の有無を送信すること、を特徴とする商品流通システム。

【発明の詳細な説明】

【発明の属する技術分野】本発明は、インターネット又は電話等の音声による通信手段を利用した商品流通シ

テムに関するものである。

【従来の技術】従来の商品流通システムにおいては、商品供給源が任意の商品を商品流通市場に投入して当該商品のキャンペーンを行う場合に、商品流通市場における当該キャンペーン商品の売れ行きや評判等の情報を把握することが容易でなく、商品流通市場に担当者を派遣して当該キャンペーン商品に関するアンケートを取ったりして、当該キャンペーンに係る各種商品の販売戦略の立案等を行っているのが現状である。

【発明が解決しようとする課題】しかしながら、上述した従来のキャンペーン手法では、当該キャンペーン商品に関するアンケートを収集するために多大の労力、費用を要するとともに、アンケートの収集範囲も狭範囲に限定されてしまい、的確な販売戦略の立案は困難であった。また、上述したアンケートの対象とならない需要者にとっては、キャンペーン商品に関する意見、要望等を商品供給源に伝達する手法は、キャンペーン商品に添付されている葉書等によるオフラインに頼るしかなく、このため、商品供給源としては当該キャンペーン商品の売れ行きや評判等の情報の収集にかなりの時間を要し、やはり迅速な販売戦略の立案は困難になるという課題があった。本発明は、上記事情に鑑み開発されたものであり、キャンペーン商品に関する需要者の応答を迅速且つ広い範囲で収集でき、的確且つ迅速にキャンペーン商品に関する販売戦略の立案が可能となるとともに、商品供給源、需要者間の双方向情報伝達による企業イメージの向上、需要者に対するサービス性の向上を図ることが可能な商品流通システムを提供することを目的とする。

【課題を解決するための手段】請求項1記載の発明は、キャンペーン商品等の任意の商品を提供するとともにインターネットホームページを開設した商品供給源と、この商品供給源から商品を購入し、且つ、コンピュータ装置を有する需要者と、前記商品供給源と需要者との間に介在する中間業務体と、前記商品供給源、中間業務体及び需要者の間を結ぶ通信手段とが存在する商品流通システムであって、前記商品供給源は、販売対象のキャンペーン商品にインターネットのURL及び個々のID番号を印刷した添付媒体を付して商品流通市場に投入し、前記需要者は商品流通市場を流通する前記キャンペーン商品を購入して前記コンピュータ装置から通信手段を介して商品供給源のインターネットホームページに当該商品のID番号及び個人情報を送ることで前記キャンペーン商品の販売に参画し、前記中間業務体は、インターネットのURL及び個々のID番号を印刷した添付媒体を前記商品供給源に供給するとともに個々のID番号を記憶保存し、前記需要者から通信手段を介して送られるID番号及び個人情報を蓄積し、蓄積した個人情報をマーケティング情報として商品供給源に提供するとともに、記憶保存したID番号を参照することで需要者のコンピュータ装置に前記商品に関する当選の有無を送信するこ

とを特徴とするものである。この発明において、商品供給源は、前記中間業務体から供給されるインターネットのURL及び個々のID番号を印刷した添付媒体を付した販売対象のキャンペーン商品を商品流通市場に投入する。商品流通市場に存在する需要者は、商品流通市場を流通する前記キャンペーン商品を購入し、自己のコンピュータ装置から通信手段を介して商品供給源のインターネットホームページに当該商品のID番号及び個人情報を送り、前記キャンペーン商品の販売に参画する。中間業務体は、前記需要者から通信手段を介して送られるID番号及び個人情報を蓄積し、蓄積した個人情報をマーケティング情報として商品供給源に提供するとともに、予め記憶保存したID番号を参照することで需要者のコンピュータ装置に前記商品に関する当選の有無を送信する。このような一連の流れにより、商品供給源は、キャンペーン商品に関する需要者の応答を中間業務体を介して迅速且つ広い範囲で収集でき、的確且つ迅速にキャンペーン商品に関する販売戦略の立案が可能となる。また、インターネットを介した商品供給源、需要者間の双方向情報伝達が可能となり、インターネットホームページを通じての企業イメージや商品情報の需要者への伝達により企業イメージ向上が図れ、需要者に対するサービス性の向上を図ることも可能となる。請求項2記載の発明は、キャンペーン商品等の任意の商品を提供する商品供給源と、この商品供給源から商品を購入する需要者と、前記商品供給源と需要者との間に介在する中間業務体と、前記商品供給源、中間業務体及び需要者の間を結ぶ電話等の音声による通信手段とが存在する商品流通システムであって、前記商品供給源は、販売対象の商品にインターネットのURL及び個々のID番号を印刷した添付媒体を付して商品流通市場に投入し、前記需要者は商品流通市場を流通する前記キャンペーン商品を購入して電話等の音声による通信手段を介して当該商品のID番号及び個人情報を送信することで前記キャンペーン商品の販売に参画し、前記中間業務体は、インターネットのURL及び個々のID番号を印刷した添付媒体を前記商品供給源に供給するとともに個々のID番号を記憶保存し、前記需要者から電話等の音声による通信手段を介して送られるID番号及び個人情報を蓄積し、蓄積した個人情報をマーケティング情報として商品供給源に提供するとともに、記憶保存したID番号を参照することで需要者に前記キャンペーン商品に関する当選の有無を送信することを特徴とするものである。この発明において、商品供給源は、前記中間業務体から供給されるインターネットのURL及び個々のID番号を印刷した添付媒体を付した販売対象のキャンペーン商品を商品流通市場に投入する。商品流通市場に存在する需要者は、商品流通市場を流通する前記キャンペーン商品を購入し、電話等の音声による通信手段を介して当該商品のID番号及び個人情報を送り、前記キャンペーン商品の販売に参

画する。中間業務体は、前記需要者から通信手段を介して送られるID番号及び個人情報を蓄積し、蓄積した個人情報をマーケティング情報として商品供給源に提供するとともに、予め記憶保存したID番号を参照することで電話等の音声による通信手段を介して需要者に前記商品に関する当選の有無を送信する。このような一連の流れにより、商品供給源は、キャンペーン商品に関する需要者の応答を中間業務体を介して迅速且つ広い範囲で収集でき、的確且つ迅速にキャンペーン商品に関する販売戦略の立案が可能となる。また、電話等の音声による通信手段を介した商品供給源、需要者間の双方向情報伝達が可能となり、通信手段を介しての企業イメージや商品情報の需要者への伝達により企業イメージ向上が図れ、需要者に対するサービス性の向上を図ることも可能となる。

【発明の実施の形態】以下に、本発明の実施の形態を図1、図2を参照して詳細に説明する。図1は、本発明に係る実施の形態の商品流通システムを示す概略構成図である。この商品流通システムは、任意の物品、ソフトウェアパッケージ等の商品（キャンペーン商品）を提供するとともにインターネットホームページを開設した商品供給源1と、この商品供給源1から商品を購入し、且つ、コンピュータ装置3又は通常の電話7を有する需要者2と、前記商品供給源1と需要者2との間に介在する中間業務体4と、前記商品供給源1、中間業務体4及び需要者2の間を結ぶ電話回線等の通信手段5とから構成される。前記商品供給源1は、販売対象の任意のキャンペーン商品に対して、図2に示すようなインターネットのURL（Uniform Resource Locator）及び個々のキャンペーン商品毎のID（識別）番号、更には企業のキャラクタイメージ等を印刷した添付媒体であるラベル6を付して商品流通市場に投入する。前記需要者は、商品流通市場を流通する前記キャンペーン商品を購入して前記コンピュータ装置3から通信手段5を介して商品供給源1のインターネットホームページに当該商品のID番号及び個人情報を送ることで前記キャンペーン商品に販売に参画する。前記中間業務体4は、インターネットのURL及び個々のID番号を印刷したラベル6を作成して前記商品供給源1に供給するとともに、ラベル6に付した個々のID番号を自己のコンピュータ装置に記憶保存し、前記需要者2から通信手段5を介して送られるID番号及び個人情報を蓄積しデータベース化するとともに、蓄積した個人情報を基に個人情報に関連するマーケティング情報を作成して商品供給源1に提供し、また、コンピュータ装置に記憶保存したID番号を参照することで当該需要者2のコンピュータ装置3に前記キャンペーン商品に関する当選の有無を送信するようになっている。この商品流通システムにおいて、商品供給源が、前記中間業務体4から供給されるインターネットのURL及び個々のID番号を印刷し

5

たラベル6を付した販売対象のキャンペーン商品を商品流通市場に投入することで、商品流通市場に存在する需要者2は、この商品流通市場を流通する前記キャンペーン商品を購入し、自己のコンピュータ装置3から通信手段5を介して商品供給源1のインターネットホームページに当該商品のID番号及び個人情報を送り、前記キャンペーン商品に販売に参画できることになる。また、中間業務体4は、前記需要者2から通信手段5を介して送られるキャンペーン商品のID番号及び個人情報を蓄積し、蓄積した個人情報を基にしたマーケティング情報を商品供給源1に提供し、且つ、予め記憶保存したID番号を参照して需要者2のコンピュータ装置3に前記キャンペーン商品に関する当選の有無をリアルタイムで送信する。このような一連の流れにより、商品供給源2は、キャンペーン商品に関する需要者2の応答を、従来例のような多くの人手、費用をかけることなく、中間業務体3を介して迅速且つ広い範囲で収集でき、的確且つ迅速にキャンペーン商品に関する販売戦略の立案等を行うことが可能となる。また、インターネットを介した商品供給源1、需要者2間の双方向情報伝達が可能となり、インターネットホームページを通じての企業イメージや商品情報の需要者への伝達により企業イメージ向上が図れ、需要者2に対する商品供給源1のサービス性の向上を図ることも可能となる。また、この商品流通システムにおいて、仮に需要者2がコンピュータ装置3を所有せず、電話7のみ所有するような場合には、以下のような流れで商品流通システムが機能する。即ち、商品供給源1は、中間業務体4から供給されるインターネットのURL及び個々のID番号を印刷したラベル6を付した販売対象のキャンペーン商品を商品流通市場に投入する。商品流通市場に存在する需要者2は、商品流通市場を流通する前記キャンペーン商品を購入し、電話7、通信手段5を介して電話等の音声で当該商品のID番号及び個人情報を中間業務体4に送り、前記キャンペーン商品の販売に参画する。中間業務体4は、前記需要者2から電話7、通信手段5を介して送られるID番号及び個人情報を蓄積し、蓄積した個人情報に基づくマーケティング情報を商品供給源1に提供するとともに、予め記憶保存したID番号を参照することで通信手段5、電話7を介して需要者2に前記キャンペーン商品に関する当選の有無を送信する。このような一連の流れにより、インターネットを使用する場合と略同様にして、商品供給源1は、キャンペーン商品に関する需要者2の応答を中間業務体4を介して迅速且つ広い範囲で収集でき、的確且つ迅速にキャンペーン商品に関する販売戦略の立案等が可能となる。また、電話7、通信手段5を介した商品供給源1、需要者2間の双方向情報伝達が可能となり、電話7、通信手段5を介しての企業イメージや商品情報の需要者2への伝達により企業イメージの向上が図れ、需要者2に対するサービス性の向上を図ることも可能とな

6

る。このように本実施の形態の商品流通システムは、インターネット又は電話という新旧の情報伝達システムを融合させ、需要者(消費者)2からのキャンペーン商品に関する応答をリアルタイムで収集、分析し、今後のマーケティング戦略に反映させることができる。また、インターネットのURL及び個々のID番号付のラベル6の使用により、対象商品の需要者2に対する購買証明が可能となり、またマーケティングにおける購買対象の絞り込み(クローズド・キャンペーン)が容易に可能になるという利点もある。更に、需要者2からの応答受付を、従来における電話7を使用する場合に加えて、インターネットで行うことにより、視覚的効果、商品供給源(クライアント)のインターネットに対する取り組みの先進性のアピール等々の波及効果も期待でき、また、需要者1人、1人に関する詳細なデータベース構築が可能となる。このようにインターネット、電話7からなるそれぞれのメディアの特性を活かした需要者サービスの向上及び双方向情報伝達環境の構築を実現できる。図3は、本実施の形態の商品流通システムの変形例を示すものであり、図1に示す商品流通システムに、更に、上述した商品流通システムに関するコンテンツを制作する代理店10を付加したことが特徴である。この代理店10は、前記商品供給源1からの申込みを受けて上述した商品流通システムに関するコンテンツを制作して中間業務体4に対して既述したような商品供給源1、需要者2間の業務を依頼する役割を果たすものである。このような代理店10を付加した商品流通システムによっても、上述したようなインターネット又は電話という新旧の情報伝達システムを融合させ、需要者(消費者)2からのキャンペーン商品に関する応答をリアルタイムで収集、分析し、今後のマーケティング戦略に反映させることができる。なお、前記中間業務体4としては、需要者2から通信手段5を介して送られるID番号及び個人情報を蓄積しデータベース化する業務と、ラベル6の作成業務とを2個の業務体が分担して行う体系とするのももちろん可能である。

【発明の効果】請求項1記載の発明によれば、商品供給源は、キャンペーン商品に関する需要者の応答を中間業務体4を介して迅速且つ広い範囲で収集でき、的確且つ迅速にキャンペーン商品に関する販売戦略の立案が可能となり、また、インターネットを介した商品供給源、需要者間の双方向情報伝達が可能で、インターネットホームページを通じての企業イメージや商品情報の需要者への伝達により企業イメージ向上が図れ、需要者に対するサービス性の向上を図ることも可能な商品流通システムを提供することができる。請求項2記載の発明によれば、商品供給源は、キャンペーン商品に関する需要者の応答を中間業務体4を介して迅速且つ広い範囲で収集でき、的確且つ迅速にキャンペーン商品に関する販売戦略の立案が可能となり、また、電話等の音声による通信手段を介

7

した商品供給源、需要者間の双方向情報伝達も可能で、電話等の音声による通信手段を介しての企業イメージや商品情報の需要者への伝達により企業イメージ向上が図れ、需要者に対するサービス性の向上を図ることも可能な商品流通システムを提供することができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の実施の形態の商品流通システムを示す概略構成図である。

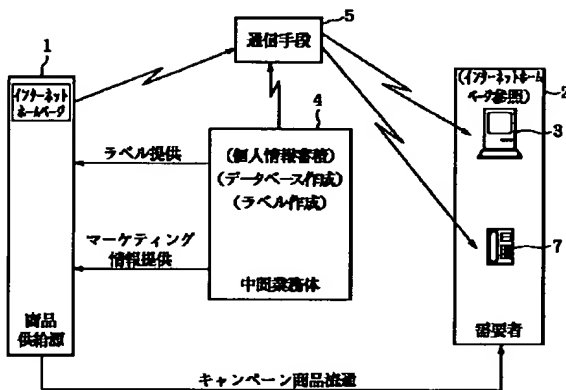
【図2】本発明の実施の形態の商品流通システムにおけるインターネットのURL及び個々のID番号を印刷した添付媒体を示す平面図である。

【図3】本発明の実施の形態の商品流通システムの他例を示す概略構成図である。

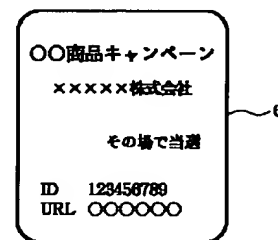
【符号の説明】

- 1 商品供給源
- 2 需要者
- 3 コンピュータ装置
- 4 中間業務体
- 5 通信手段
- 6 ラベル
- 7 電話
- 10 代理店

【図1】



【図2】



【図3】

